UNA APUESTA POR OTRAS FORMAS DE CONSUMO

BOLETIN

Balances de Economía Solidaria

Número 5 • Diciembre 2000

B.E.S.O.S.

sumario

Red de Balances
de Economía Solidaria
(Comisión de Consumo de
Ecologistas en Acción)
C/ Marqués de Leganés, 12,
28004 Madrid
Fax: 91 531 26 11

editorial

Hace un año, más o menos por estas fechas, vio por primera vez la luz el boletín de Balances de Economía Solidaria. En aquellos momentos no teníamos suficientemente claro cuánto tiempo podríamos durar. Hoy ya hemos cumplido un año, pero no sólo esta modesta publicación, sino también el proyecto de red de BESOS. Con ese motivo, el pasado mes de noviembre celebramos nuestra primera asamblea. En ella convenimos continuar adelante con la red, profundizar en el intercambio de experiencias, y procurar agilizar la comunicación entre sus integrantes. En las páginas siguientes encontraréis un resumen de la marcha de esta reunión. También os mostramos un análisis sobre los balances recibidos hasta la fecha, así como una visión de la marcha del proyecto.

No penséis que este boletín es un monográfico sobre los BESOS. También hemos incluido otras cosas. Así podréis encontrar en este boletín: información sobre el yogur ecológico y alguna de las empresas que lo fabrican; datos de interés sobre cómo actuar de forma responsable al elegir un juguete; un artículo sobre el parto en casa como alternativa al parto hospitalario, otro sobre el cine, y alguna que otra cosa más a incluir en el último momento.

¡Ah!, importante. No olvidéis que para poder seguir funcionando con el boletín tenéis que poner al corriente la cuota anual de 1.000 pesetillas. Bueno, pues creemos que nada más. Esperamos que logréis sobrevivir a la vorágine consumista de las fechas navideñas, y que continuemos en la lucha por pensar y hacer una sociedad más justa. Hasta el año que viene.



¡La Red de BESOS ya ha cumplido un año!

El pasado día 4 de noviembre tuvo lugar la primera asamblea anual de la red de Balances de Economía Solidaria. Asistieron a ella un total de veinte personas, la mayoría pertenecientes a los distintos colectivos que promueven esta red, aunque también estuvieron presentes algunas personas que, a título individual, han decidido embarcarse en esta iniciativa.

La reunión comenzó con un breve resumen de la marcha del proyecto, ofreciéndose algunos datos sobre el número de inscritos, la cantidad y características de los balances remitidos hasta la fecha, y el funcionamiento del proyecto. Hasta el momento el número de inscritos es de unos cincuenta, y la media de balances que se reciben al mes oscila entre ocho y nueve. Se detecta un esfuerzo continuado de la gente por desviar su consumo, y se puede observar como el ámbito de modificación del gasto no se ciñe sólo al tema de la alimentación sino que se intenta ampliar a otros campos. En este boletín encontraréis una descripción más detallada de estas cuestiones en el artículo "Evaluación de los BESOS".

Tras estos prolegómenos se pasó a la tormenta de ideas, con el fin de recoger cuantas sugerencias para charlar y discutir pudiesen tener las personas asistentes. Las ideas formuladas pudieron englobarse en dos grandes apartados: herramientas de comunicación, y criterios para desviar los gastos. Puesto que la asamblea estaba formada por un número razonable de gente, entre tod@s decidimos no formar diferentes grupos de trabajo, y tratar las cuestiones conjuntamente.

En el capítulo "herramientas de comunicación", vimos la necesidad de agilizar ese mecanismo de transmisión de información que pretende ser el boletín. Tod@s coincidimos en que era muy importante no perder el sentido de esta pequeña publicación, que más que una revista sobre consumo pretende ser un punto de intercambio de experiencias, de ideas, de dudas, de dificultades, y a ser posible de soluciones y alternativas. Por ello se subrayó el interés en potenciar el espacio destinado a informaciones prácticas, desde direcciones, hasta recetas. También quedó claro que para conseguir todo esto se requiere, de un lado, una mayor participación activa por parte de l@s integrantes de la red, y de otro el aprovecharse de las posibilidades de internet para agilizar el intercambio de información.

Se propuso simplificar el formato del boletín de manera que pueda ser remitido por correo electrónico, aunque ello pueda suponer una disminución en la calidad de su presentación.

Igualmente se sugirieron otras formas de comunicación entre l@s componentes de la red de BESOS que fuese más allá del boletín, y que permitiese el contacto con otras personas interesadas en el consumo alternativo. Entre estas formas estarían:

- La apertura de una **lista de distribución**,
- La creación de una **página web**.
- La organización de **foros de debate en internet**.

La lista de distribución permitiría remitir con rapidez cualquier información puntual y urgente, desde un boicot a una dirección de un agricultor biológico, entre todos aquellos que deseen formar parte de la lista.

La página web serviría como fuente de información para cualquier persona que se interese por la red de BESOS. En ella podríamos ir colgando los sucesivos boletines, la guía informativa, la plantilla, enlaces, etc.

Los foros de debate podrían ser una buena forma de verter opiniones sobre temas concretos tales como el establecimiento de criterios para desviar el consumo en parcelas concretas de nuestra vida cotidiana.

Llegados a este punto os estaréis preguntando, ¿qué pasa con los que no tienen acceso a internet, con tod@s l@s resistentes a la avalancha informática?. Desde luego que la intención es continuar editando el boletín en papel, aunque con una tirada limitada a los miembros de la red que sólo disponen de correo ordinario. Además en la reunión se propuso que la gente contactase con amigos que, pertenecientes o no al proyecto de BESOS, pudiesen disponer de una dirección electrónica a la que remitir las informaciones de tipo puntual. En este sentido no estaría de más que, los que

queramos, intercambiemos nuestros teléfonos y direcciones de manera que en cualquier momento tod@s pudiésemos contactar con tod@s.

El tema de los criterios para considerar nuestro consumo desviado suscitó una interesante discusión en la que vimos que, en lo fundamental, existía consenso: dar prioridad al nivel de la producción sobre el de la distribución. A la hora de establecer si nuestro consumo de bienes y servicios concretos se puede considerar o no desviado se ponen en juego numerosos factores, entre los que nuestra propia historia personal y nuestras circunstancias tienen un enorme peso específico.

Finalmente quedó claro que los aspectos cualitativos y reflexivos debían tener más importancia en la valoración de los BESOS que los estrictamente cuantitativos.

Después de tanto debatir y reflexionar, parte de los asistentes nos quedamos a comer, intercambiando los platos que habíamos preparado (no faltaron las castizas tortillas de patatas ni las ensaladas más exóticas a base de trigo sarraceno). A los postres tuvo lugar un pequeño trueque de libros y música dónde casi todos nos volvimos a casa con alguna cosilla nueva. Y bueno, eso fue todo. Ahora ya solo queda intentar poner en práctica las propuestas planteadas y conseguir consolidar la red de BESOS, logrando que el ejemplo cunda

---

Los avances tecnológicos y médicos de las últimas décadas han modificado drásticamente las condiciones ambientales de la mayor parte de los hogares. En la mayoría de las casas de un país como el nuestro se dispone de agua caliente en abundancia, de calefacción y ventilación adecuadas, y de un grado de limpieza de pisos, enseres y superficies, en ocasiones exagerado. Resulta excepcional la casa o el departamento que no tenga un teléfono, y que no se encuentre suficientemente comunicado con un centro de asistencia médico o de emergencias. En definitiva, un conjunto de condiciones que poco tienen que ver con las que existían apenas hace medio siglo. Antiguamente parir en casa era algo normal. Cuando surgían complicaciones éstas podían provenir de infecciones contraídas durante o después del parto, o de dificultades específicas del proceso para las que no existían soluciones técnicas precisas. También contaba la ignorancia que se tenía sobre el propio cuerpo, y la existencia de fuertes tabúes pesaba sobre la parturienta y su entorno.

Actualmente el embarazo y el parto se viven de manera diferente. Los estándares de vida contemporáneos deberían permitirnos vivir como fenómenos naturales y singulares tanto la gestación como el nacimiento. Nuestros actuales conocimientos deberían servir para ayudar a la mujer a parir del modo más cómodo, cálido, íntimo y seguro posibles, dentro de su entorno más próximo. Por contraproducente que parezca, por desgracia, nuestro gran desarrollo tecnológico hace exactamente lo contrario. Nuestra sociedad, y nuestra clase media, tiende a considerar al embarazo como una enfermedad, y al parto como una intervención quirúrgica. En aras de una pretendida seguridad y sobre todo de una eficacia económica, los hospitales han decidido terminar con la base fundamental de todo parto: la paciencia. El desprecio habitual hacia el usuario de los servicios médicos se mantiene y aun se exacerba cuando el sistema sanitario (tanto público como privado) se encuentra ante un acontecimiento tan trascendente como es el nacimiento. En los protocolos de la mayoría de los hospitales de nuestro país se contemplan prácticas tan innecesarias como romper la bolsa de aguas de forma precoz, cortar el periné (episiotomía) sistemáticamente sin esperar a que éste se termine de abrir lentamente, o poner anestesia epidural sin que lo solicite la mujer. Mientras que en otros países de nuestro entorno europeo todas estas medidas tienden a restringirse, en España una clase médica tan soberbia como retrógrada se empecina en imponer su voluntad en contra de la libertad de miles de mujeres, desinformándolas o presionándoles ▶

en esos momentos en los que resultan más vulnerables. Nuestro país mantiene el dudoso privilegio de contar con el mayor número de cesáreas y episiotomías de Europa (¿es que la pelvis y el periné de las españolas es diferente al de las mujeres del resto del continente?).

Como alternativa está la vuelta al parto en casa, o bien en pequeñas maternidades donde cohabiten madres y bebés con sus familiares, lugares para parir y a las pocas horas regresar al domicilio donde poder ser ayudadas por la comadrona local en todo el proceso de recuperación y lactancia.

Pero optar por esta vía no es fácil. Cuando en Holanda 1 de cada 3 partos tiene lugar en el hogar materno, en España esta modalidad de venir al mundo resulta estadísticamente anecdótica, y por supuesto al margen de cualquier cobertura económica por parte de la seguridad social. Con todo existe en nuestro país un movimiento que reivindica y ayuda a parir en casa.

Desde 1988, la asociación "Nacer en Casa", agrupa a personas y a profesionales de la obstetricia que trabajan en favor de recuperar el parto domiciliario. Esta organización cuenta con representantes en 15 provincias del estado. En Madrid algunas de estas profesionales de Nacer en Casa se aglutinan en el grupo "Génesis". Génesis organiza cursos preparatorios para el parto y la crianza, y asiste partos a domicilio; trabajando con las futuras madres durante su embarazo, ayudándolas en el parto y asistiéndolas durante la etapa postparto. Para quienes prefieren un centro sanitario diferente existe la posibilidad de trasladarse a la clínica "Acuario", en Beniarbeig (Alicante). Allí los partos poco tienen que ver con los clásicos partos hospitalarios, e incluso están dotados de quirófano convencional para las situaciones de emergencias.

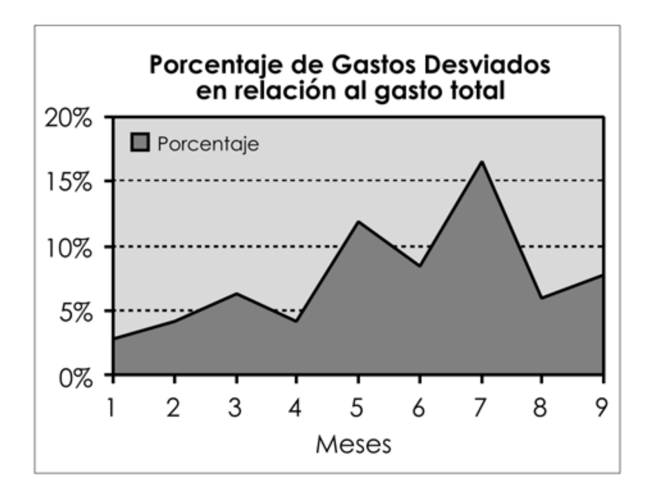
Posiblemente algun@s habréis oído hablar tanto a favor como en contra de Génesis y de Acuario. Debemos recordar que son de las poquísimas entidades que trabajan a favor de una manera diferente de venir al mundo y por tanto cualquier problema que tengan, tiende a ser magnificado. ¿Qué podríamos decir de los muchos desastres, grandes y pequeños, que se producen en nuestros grandes hospitales?.

- **Génesis:** c/León, 3, 1º B, Madrid.
  Tel.: 91 369 05 46 los martes de 18 a 20,30 horas.
- **Acuario:** Avda. Vergel, 11, 03778 Beniarbeg (Alicante). Tel.: 96 647 62 60. www.acuario.org
  e-mail: acuario.salut@ctv.es
- **Asociación Nacer en Casa:** Secretaría: Camino de Huebro, 36-38, 04100 Níjar (Almería).
  Tel.: 950 36 03 25. ■

Evolución

Como sabéis los Balances son la herramienta que justifica la existencia de nuestra pequeña iniciativa. Nunca ha sido nuestra intención convertirnos en simples difusores de información sobre consumo crítico. La experiencia de Italia, donde pusieron en marcha esta idea, indica que es útil utilizar los Balances como hilo conductor para cambiar nuestros hábitos de consumo.

Sin embargo, no estamos consiguiendo que se afiance el hábito de realizar los Balances entre la gente que está vinculada a la Red. Aunque hay más de 50 personas apuntadas, sólo unos 10 mandan sus Balances con asiduidad y unos cuantos más de forma esporádica. A pesar de esto, los resultados indican que aquí también es útil la herramienta.



En el análisis y gráficos que os presentamos, extraídos de los Balances que han ido llegando se observan algunas tendencias interesantes:

- El porcentaje desviado creció de forma constante hasta Julio, mes en el que superó el 15% (llegó al 20% entre los que los rellenan de forma más habitual).

- En verano apenas se recibieron Balances y los escasos que hemos recibido en este tri-

de los Balances

Evolución de la Relación entre los Gastos Habituales/Desviados por Unidad Familiar									
Media Unidad Familiar	*ene-00*	*feb-00*	*mar-00*	*abr-00*	*may-00*	*jun-00*	*jul-00*	*ago-00*	*sep-00*
Media Gasto Habitual (Pts.)	209.048,25	177.838,40	225.284,00	243.356,86	208.698,73	222.675,75	249.433,00	240.486,40	275.033,33
Media Gasto Desviado (Pts.)	5.852,25	7.223,80	14.033,86	0.013,29	24.833,00	18.893,88	41.360,00	14.118,80	21.593,00
Porcentaje	3%	4%	6%	4%	12%	8%	17%	6%	8%

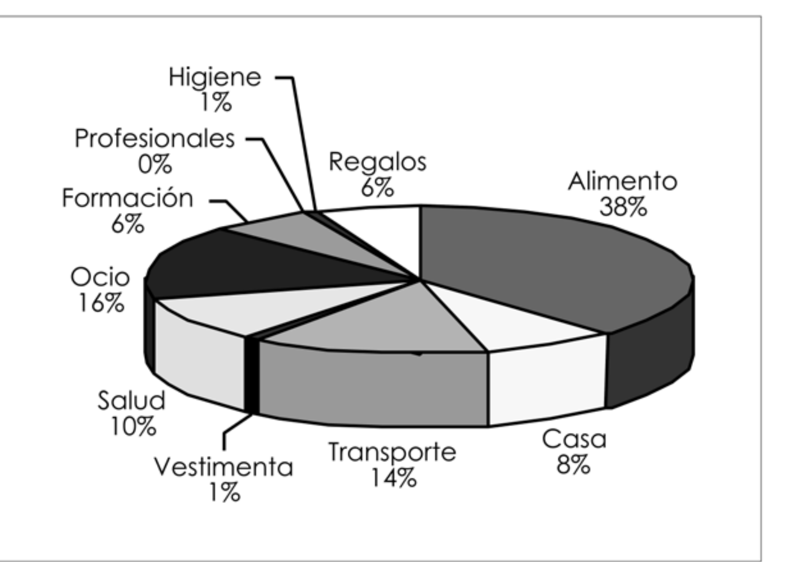
mestre parecen volver a retomar la tendencia del curso pasado.

- Respecto al análisis anterior han aumentado las secciones en las que se va encontrando la manera de desviar parte del consumo.
- Además nos estáis mandando comentarios que nos hacen ver que hay un montón de ideas e iniciativas interesantes que no se reflejan en la parte numérica de los Balances. En el próximo número intentaremos recoger bastantes de ellas, así que enviadnos cuantos comentarios queráis con vuestros próximos Balances.

En definitiva, que la herramienta es útil. Es importante marcarse pequeños objetivos mes a mes y evaluar su cumplimento. No importa si se escapan algunos gastos de una parte a la que ese mes no pretendéis prestar mucha atención. Lo que interesa es ir marcándose objetivos y así transformar y afianzar el hábito del consumo alternativo. Ánimo, y no dejéis de enviar vuestr os Balances. ■



Desglose Gasto Desviado	
Alimento	326.193,00 Pts
Casa	74.490,00 Pts
Transporte	121.730,00 Pts
Vestimenta	8.500,00 Pts
Salud	86.393,00 Pts
Ocio	141.875,00 Pts
Formación	54.114,00 Pts
Profesionales	- Pts
Higiene	9.030,00 Pts
Varios (Regalos)	55.615,00 Pts
	877.940,00 Pts



Por un consumo responsable de juguetes

Un juguete es mucho más que un bien de consumo. Bueno, al menos siempre lo ha sido. Actualmente la industrialización del mundo del juguete ha hecho que se convierta en un objeto más, que se adquiere a menudo sin otros criterios que los que ofrece la publicidad. Queremos introducir algunas reflexiones sobre el modo de fabricar, de vender y en definitiva de consumir algo que fundamentalmente debería cumplir una finalidad lúdica y educativa.

El juego es un derecho fundamental de la infancia reconocido por la UNESCO. El juego proporciona:

Satisfacción: en el juego l@s niñ@s pueden realizarse, afirmarse, vivir experiencias positivas y crecer en la autoestima. Aprendiendo a vivir con normalidad el éxito y el fracaso.

Oportunidad de expresar deseos y sentimientos: la debilidad, la angustia, la vergüenza, la alegría o la tristeza pueden ser expresadas sin miedo a la censura, contribuyendo a un desarrollo equilibrado de la persona.

Desarrollo de la personalidad: el juego es una oportunidad de pensar, hablar, de desarrollar la psicomotricidad y poner a prueba las propias capacidades. Facilita la sociabilidad, desarrolla las capacidades de negociación y diálogo, y fomenta la integración y la cooperación.

Curiosidad: potenciando la imaginación, la creatividad y el descubrimiento. El juego estimula el deseo de crecimiento y la adquisición de nuevas habilidades.

Para cumplir todas estas funciones deben existir unas condiciones. El juego ha de ser libre (no "por obligación") y ha de existir un espacio adecuado y un tiempo suficiente para su preparación, desarrollo y planificación. Es importante jugar en compañía, lo que permite a l@s niñ@s la adquisición de valores y de un equilibrio afectivo y mental. En particular es fundamental la participación de los padres y madres tanto en la elaboración como en el desarrollo del juego.

Par la realización de un juego pueden ser necesarios algunos elementos. Sin embargo no tienen por qué ser juguetes comerciales.

- Se puede jugar a cantar, bailar, correr, hacer equilibrios, a disfrazarse, al veo-veo, a las adivinanzas, a la gallina ciega, a Antón Pirulero, al escondite, al pilla-plilla...
- Con elementos como el agua y la tierra (castillos, chapas), con piedras (tres en raya, tabas), semillas (collage, pulseras), papel (aviones, papiroflexia, dibujar).
- También con materiales ya usados: ropa vieja para disfrazarse, rollos de papel para telescopios, botes de yogur para intercomunicadores

Actualmente la mayoría de los juguetes son comerciales, fabricados en serie. L@s niñ@s ya no ponen nombre a sus muñecas haciéndolas únicas y dotándolas así de personalidad y de pertenencia a través del afecto. Ya no, porque todas ya vienen con el mismo nombre, "Barbie". Aunque como hemos visto los juguetes comerciales no son necesarios (y si no preguntad a vuestros abuelos con qué jugaban), hoy en día tienen gran importancia porque nuestra sociedad tiende a convertir la diversión y los momentos de ocio en actos de consumo, y l@s niñ@s gastarán gran parte de su tiempo en el uso de un juguete. Y a partir de los juguetes crean un microcosmos a imitación del que conocen y lo van interiorizando (adaptación-asimilación, Jean Piaget).

Detrás de cada juguete se esconde no sólo un modelo educativo, sino una determinada imagen del mundo. No nos vamos a extender aquí (ver Boletín nº 1 de BESOS sobre juguetes bélicos), pero a nadie se le escapa la carga de violencia, imagen sexista, competitividad y consumismo que subyace en la mayoría de los juguetes industriales actuales. Por eso es importante plantearse algunas preguntas antes de adquirir determinado juguete.

1. ¿Este juguete es adecuado a la edad del niño/a?
2. ¿Le interesa lo suficiente como para jugar con él una y otra vez? ¿Por varios minutos o incluso durante una hora?



3. ¿Está bien construido?.¿Durará mucho tiempo?
4. ¿El niño/a utilizará su imaginación cuando juegue con él?
5. ¿Se sentirá satisfecho al usar este juguete?
6. ¿Puede el juguete crecer con el niño/a?.¿Durante un año?.¿Más tiempo?
7. ¿Puede el niño/a usar el juguete de formas diferentes?.¿Puede usarlo creativamente?
8. ¿Ayudará al niño a jugar con otros niños y niñas de forma cooperativa y a buscar soluciones donde todos ganen en caso de conflicto?
9. ¿Ayudará al niño/a a tener confianza en las otras personas, respetando sus diferencias étnicas, culturales y a valorar la naturaleza?
10. ¿Ayudará al niño/a a valorar a las personas del otro sexo como iguales y valiosas?

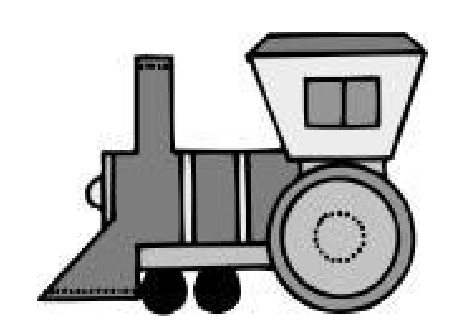
Otro campo importante es la **PUBLICIDAD**. Las empresas utilizan campañas agresivas para captar compradores, sin importarles la manipulación ni la deformación de la realidad. En la campaña Navideña las televisiones pueden llegar a pasar 20 anuncios en cada corte publicitario (cada 10 minutos). Los anuncios rebosan agresividad y sexismo, y están llenos de trucos para atribuir a los juguetes capacidades que no poseen (movilidad, tamaño, complementos). Durante estas fechas es especialmente recomendable proteger a l@s niñ@s del bombardeo publicitario, viendo poca o ninguna tele, usando el vídeo en lugar de las cadenas para evitar los anuncios, o al menos sentándonos con ell@s para cuestionar lo que aparece y ayudarles a desarrollar un espíritu crítico. Una buena opción es intentar que puedan ver el juguete deseado e incluso jugar con él (en ludotecas, en casa de amig@s...). De este modo saben cómo es "en realidad", se puede observar si resulta adecuado para su edad y se evitan idealizaciones y desencantos.

El **ETIQUETADO** nos hace creer que existe un control sobre la seguridad de los juguetes, cosa que no es cierta. El sello CE que aparece en todos lo juguetes es un requisito que se exige para la comercialización. En realidad esto no implica la realización de controles y el fabricante es el responsable de que sus juguetes sean o no seguros. Además para el fabricante local que a menudo fabrica juguetes más seguros y de más calidad esto supone una desventaja ya que juguetes importados de baja calidad, pero más baratos, aparecerán con la misma marca CE, y aparentemente con el mismo grado de seguridad que los suyos. Por eso la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes junto a AENOR y al Instituto Tecnológico del Juguete (AIJU) han introducido la marca N, que pueden usar sólo aquellos juguetes que satisfacen la normativa vigente cumpliendo unas condiciones adicionales de calidad y pedagógicas. Los juguetes con la marca N sí han pasado un control pero esto encarece un poco más el precio final.

La ley no establece la obligatoriedad de indicar los materiales con los que están hechos los juguetes. Sólo se hace constar cuando la aptitud para su consumo dependa de la presencia de ese material. Esto debería aplicarse a materiales de dudosa seguridad como es el caso del PVC. El PVC es perjudicial por diversos motivos. Tanto en su producción como en su incineración se liberan y otras sustancias cancerígenas. Además los aditivos como los pasan al organismo por ejemplo al chupar los juguetes. Los se han implicado en lesiones del sistema reproductor, alteraciones hormonales y cáncer. Algunas empre- ▶



... Por un consumo responsable de juguetes



sas han retirado juguetes de PVC (como hizo Chicco con sus mordedores), pero aún están muy extendidos. Se puede identificar su presencia por diversas inscripciones: "V", "vinilo", "policloruro de vinilo", "PVC" o por un símbolo de tres flechas formando un triángulo con un 3 en su interior.

No es posible garantizar que otros plásticos no son perjudiciales para la salud, dado que se desconocen sus efectos. En todo caso, evitar juguetes de PVC, sobre todo para pequeñines. Como alternativa buscar mordedores de látex. También los de madera siembre que usen barnices no tóxicos, sin plomo.

Respecto a las **EMPRESAS,** la dinámica es bastante similar a otros campos comerciales en los que se precisa bastante mano de obra en la elaboración. Las multinacionales diseñan y distribuyen, y subcontratan empresas del Sudeste asiático para la fabricación. En esas fábricas se trabaja en régimen de semiesclavitud, empleando a menudo mano de obra infantil, con sueldos de miseria, jornadas inhumanas y nulas medidas de seguridad. Muchas multinacionales tienen códigos de conducta contrarios a estas prácticas pero no ejercen ningún control sobre sus fabricantes para hacer que se cumplan. Cuando suceden accidentes o se producen enfermedades por tóxicos las multinacionales no quieren saber nada. Walt Disney ha sido denunciada por varias organizaciones internacionales con relación a las condiciones de trabajo en sus fábricas (subcontratas como Megatex) de Haití. En España el 70% de los juguetes que se venden son importados.

En la industria del juguete existe en España gran cantidad de pequeñas empresas, muchas veces familiares, que se concentran sobre todo en la zona de Alicante (especialmente en el municipio de Ibi) y Valencia. En general las condiciones laborales y de seguridad son más aceptables, y no tienen todas las desventajas de la producción global de las grandes multinacionales (explotación de recursos, contaminación y gasto energético del transporte, etc.). Gracias a su calidad un 80% de su producción se destina a la exportación. Aunque algunas empresas se han apuntado a la globalización y subcontratan en países del Sudeste asiático para competir en precios, otras emplean a trabajadores de forma estacional que trabajan desde sus casas o incluso en talleres de disminuidos.





Puestos a comprar hacerlo en tiendas de Comercio Justo y a artesanos. También como hemos visto es preferible hacerlo a pequeños fabricantes locales que a multinacionales..

Finalmente, y al igual de que en otros aspectos de nuestro consumo, es bueno recordar **las tres "R":**

- **Reducir:** no comprar, fabricar nuestros juguetes, aprender juegos tradicionales...
- **Reutilizar: intentar repararlos,** donarlos a ONG, a mercadillos benéficos, escuelas, ludotecas, usarlos de forma diferente, intercambiarlos...
- **Reciclar:** separar en cada contenedor según el material (pilas, cartones, plásticos...)

Esta información está elaborada con las siguientes fuentes, a las que podéis acudir para más datos.

- Seminario de educación para la Paz (A.P.D.H.). **Aprende a jugar, aprende a vivir** (Carpeta de campaña).
- CRIC, Xarxa de Consum Solidari. **Guia per al consum responsable de joguines**. Ed. Icaria. Barcelona 1998.
- www.pangea.org (aquí se pueden encontrar informaciones sobre los dos publicaciones anteriores)
- www.pangea.org/edualter/material/juguete/guia.htm (en este enlace hay una guía de juguetes más apropiados por edades)
- Charo Piñango, Sol Martín Francés. **Construcción de juguetes con material de desecho.** Ed. Popular, Madrid 1994
- Fregа Jaffke. **Juguetes hechos por padres**. Ed. Escuela Española, 1997. ■

TAMBI N CONSUMIMOS CINE

Conscientes de que una parte de nuestro consumo es en ocio, y buena parte de éste corresponde al cine hemos pensado que sería interesante reflexionar sobre ello. Ya anticipamos que no tratamos de buscar cines para incluir como "gasto desviado", sino ofrecer unas pistas para entender que tras el tipo de película, de sala, etc., elegida para pasar la tarde también estamos apoyando determinadas opciones que no son del todo inocuas desde un punto de vista ético (y no digamos estético).

El doblaje

Vamos a empezar por un asunto que tiene más importancia de la que parece a simple vista: el doblaje. El uso masivo del doblaje comienza en nuestro país en el franquismo, en una época en la que todo lo extranjero se ve como sospechoso y todas las lenguas inferiores a la española. A eso se une el hecho de que era un sistema de censura evidente, capaz de convertir a una amante en hermana y otras lindezas similares. Además era una forma, y lo sigue siendo, de recaudar impuestos para conseguir licencias de doblaje. No obstante, la razón fundamental para el doblaje de películas es, en un principio, ideológica: españolismo de lo más rancio. Sin embargo, paradójicamente la decisión del doblaje lo que ha propiciado y sigue propiciando es el dominio del mercado y la propagación de la cultura y el "espíritu" USA en nuestro país.

En el año 75 hay en nuestro país una generación acostumbrada a ver películas dobladas –en cine y en televisión– y un mercado completamente conquistado por los norteamericanos, algo que ocurre todavía actualmente. En 1999, la cuota de pantalla (porcentaje de ocupación en salas) de las películas norteamericanas en España es del 85%. El otro 15% es comunitario (de la U.E.), aunque en la cuota comunitaria se esconden "coproducciones" como "Superman", que pasa como inglesa, o "Instinto Básico", como holandesa. En algunos casos se trata de auténticas coproducciones, pero en otros se consideran como tal simplemente porque el guionista, o un porcentaje de actores, etc., son europeos, así de esta manera dentro del 15% europeo se cuelan películas, de hecho, estadounidenses. Del 85% norteamericano la abrumadora mayoría procede de Holywood, con las honr osas excepciones de autores de la costa este, como Woody Allen, Kevin Smith o Jim Jarmusch.

Está claro que la decisión de ver películas en V.O., o bien dobladas, puede tener un cierto componente de lucha contra el acaparamiento de un mercado, pues al ser doblado, el cine USA compite en "las mismas condiciones" que el resto de películas. Al tener la cuota de mercado citada anteriormente es muy probable que se elija una película norteamericana cuando miramos la cartelera para ir a pasar la tarde en el cine.

Por otro lado, los cines no eligen lo libremente que quisieran la película que quieren poner. Las distribuidoras venden sus películas por "lotes". Es decir, si un cine quiere poner, por ejemplo "Indiana Jones", además le obligan a adquirir con ella ocho películas de la misma distribuidora. Esto sólo pasa con el cine USA, puesto que tiene excedentes, pero no con ningún otro país europeo. Por otro lado hay que tener en cuenta que en USA aproximadamente el 60% del coste total de una película es publicidad y promoción. En España es mucho menor, no suele llegar al 10%.

En cuanto al control del director sobre su obra, está claro que él a la que ha dado su visto bueno ha sido a la versión original, incluidos sonidos, música, diálogos, etc. La primera adulteración se hace al cambiar el título de la película, cosa que, por ejemplo, en los libros no se suele hacer cuando se traducen. Cuando una película se dobla, al mezclar los nuevos diálogos con el soundtrak (todo lo que suena excepto los diálogos), ya no está el director y su obra es adulterada. Sólo Stanley Kubrik exigía en su contrato controlar los doblajes en versiones extranjeras y supervisaba él la elección del director de doblaje, los actores de doblaje, etc.

La distribución

En los Estados Unidos está prohibido por la ley antitrust que una misma compañía sea productora, distribuidora y exhibidora del producto. Sin embargo en España de hecho pasa lo siguiente: hasta hace poco, ▶

quien montaba una multisala (ya no se hacen cines de una sola sala) se tenía que "vender" a una distribuidora, normalmente una de las cuatro grandes: Columbia, Warner, Twenty Century Fox o Metro Goldwyn Mayer, a las que podemos sumar Miramax, la distribuidora de Disney. De manera que era prácticamente imposible que pudieran poner en distintas salas películas de diferentes distribuidoras (esto va en relación también al sistema de venta por "lotes" de las películas). Si bien la creación de la UIP (Union International Pictures), una agrupación de las grandes distribuidoras antes citadas para vender su mercancía en todo el mundo, ha hecho que el sistema no sea tan férreo, aún así lo normal es que todas las películas de una multisala sean de la misma distribuidora.

En Madrid, las únicas salas independientes de dichas distribuidoras son Alphaville, con su distribuidora Musidora y los cines Renoir y Princesa, con Altafilms, creada esta última por Enrique González Macho, introductor en nuestro país de las películas rusas y del Este en general. De hecho son las únicas salas en las que se pueden ver con una cierta frecuencia películas de culturas diferentes a la Norteamericana: sudamericanas, países del Este, asiáticas, etc.

Las multisalas

Además de lo señalado anteriormente, hay otros aspectos de las multisalas que conviene resaltar y que inciden por un lado en la reducción de puestos de trabajo y por otro en la comodidad de los espectadores. En primer lugar se ha generalizado la supresión de butacas numeradas, sistema que era más cómodo para el espectador, ya que no obligaba a guardar cola dos veces y a entrar como "buitres" en las salas. De paso suprimen a los acomodadores: un puesto de trabajo menos. Además, si con 8 salas sólo hay una persona cortando entradas, ahí tenemos otra fuente de reducción de puestos de trabajo, a costa de la comodidad de los clientes.

Por otro lado también suprimen puestos de trabajo de operadores en las cabinas. Con una sola cabina y un solo operador dan servicio a 8 o 10 salas. ¿Cómo consiguen esto?. Una película suele tener entre 5 o 6 bobinas (cada bobina es de 20 min. y son 600 metros de cinta) es decir, unos 3.000 metros. Durante la proyección el operador debía hacer los correspondientes cambios de bobina, pero ahora hay un sistema de proyección por bobinas horizontales, de gran diámetro, con capacidad para unos 3.000 m que evitan que el operador tenga que cambiar cuatro o cinco veces de bobina. Simplemente hay que unir las diferentes bobinas al recibirlas de la distribuidora y desunirlas al devolver la película. Por otro lado, excepto a la sala o dos salas a las que llega la luz directamente desde los proyectores, al resto les llega por un sistema de espejos desde la cabina central, con lo que se pierde algo de calidad.

También podríamos comentar otros aspectos como el que te echen a la calle al terminar la película por la salida de emergencias sin ni siquiera poder ir a mear, para no armar barullo en el hall de entrada y salida. O el monopolio sobre las palomitas y otros productos de consumo que sólo se consienten si se compran dentro de las mismas salas a precios abusivos. Antiguamente los bares de los cines solían ser concesiones externas, ahora no, pertenecen a la misma empresa y son una parte importante del negocio con sus correspondientes conexiones (si la sala se ha "vendido" a SONY-Columbia, probablemente venderá cocacola, pero no pepsi).

Para terminar

Con todo lo anterior simplemente queremos ser más conscientes de lo que hay detrás del acto tan sencillo y cotidiano de consumir cine. Quizás nos ayude a pensar un poquito más a la hora de mirar la cartelera y elegir qué película ver y dónde verla.

Tampoco pretendemos hacer, ni mucho menos, un alegato contra el cine norteamericano, de una factura técnica casi siempre excelente, y artística a veces también. Simplemente pensamos que si queremos abrir nuestra mente, conocer otras culturas, darnos cuenta de que en este mundo en el que vivimos hay muchas maneras de entender la vida, de vivirla, no sería malo que de vez en cuando nos acercáramos al cine para ver películas iraníes, indias, chinas, mejicanas, argelinas, etc. Es cierto que supone un doble esfuerzo, pues estas películas suelen tener, salvo excepciones, cero de promoción, y no suelen durar mucho en nuestras pantallas. ■

El yogur

En la historia clásica del yogur se asegura que su aparición fue en los desiertos de Turquía, a partir de leche fresca almacenada en bolsas hecha de piel de cabra. Los sacos se colocaban atados en el camello y al calor de su cuerpo era una condición óptima para la multiplicación de bacterias ácidas, convirtiéndose la leche en yogur. Pero fue sobre todo con la llegada a Europa de los búlgaros, pastores nómadas que provenían de Asia, cuando el yogur experimentó la máxima difusión: era el año 679 d. C.

El primer estudio científico moderno no se hizo hasta principios de siglo, de la mano del científico ruso Ilya Metchnikoff que recibió el premio Nobel en 1908. En aquella época, el pueblo búlgaro era él más pobre de Europa y a pesar de todo Metchnikoff descubrió que en una población de tan solo un millón de habitantes, unas 1600 personas superaban la edad de 100 años en óptimas condiciones de salud. En Norteamérica las personas longevas por millón solo eran 11. Atribuyó la causa de esta longevidad al yogur que era uno de los componentes básicos de la dieta de los búlgaros, ya que contenía bacterias capaces de convertir el azúcar de la leche –lactosa– en ácido láctico. Supuso que este ácido láctico hacía imposible el desarrollo de bacterias dañinas en el intestino. Metchnikoff aisló el bacilo al que puso el nombre de .

El yogur y el intestino

La flora intestinal es el conjunto de microorganismos que pueblan nuestro sistema digestivo desde que nacemos. El equilibrio de las distintas especies de microorganismos, que varia con el paso del tiempo, está regulado por varios factores: el Ph, la disponibilidad de oxígeno, los hábitos alimenticios y las secreciones del tubo digestivo. En el estómago, el medio ácido y el oxígeno favorecen la presencia de lactobacilos y de streptococos, mientras que en el intestino–donde falta oxígeno– encontramos diversas especies del género bacteroides, eubacterium, bifidobacterium, clostridium...

Los lactobacilos son uno de los mayores grupos de bacterias de nuestra microflora intestinal. Intervienen, por una parte, en la digestión y absorción de nutrientes, y por otra, se oponen a la invasión de otras colonias bacterianas ejerciendo un efecto barrera. Las bacterias lácteas que contiene el yogur, también presentes en nuestra flora, benefician y equilibran la función intestinal. El ácido láctico que producen estos lactobacilos hace disminuir el Ph en el intestino (aumenta la acidez). El Ph intestinal es muy importante porque afecta a la solubilidad y absorción de minerales como el calcio. Además un Ph bajo crea un medio desfavorable para las bacterias patógenas comunes.

Yogur y sistema inmunitario

Los experimentos en el laboratorio han demostrado que los fermentos lácticos vivos producen un aumento de la respuesta inmunitaria, estimulando la producción de interferón, una proteína que aparece en las células en el curso de las infecciones cuya función es inhibir el desarrollo de los virus patógenos. Además favorecen la producción de anticuerpos y la actividad de los fagocitos (glóbulos blancos de la sangre) que hacen "limpieza" de todas las bacterias nocivas que puedan invadir nuestro organismo.

Yogur y colesterol

La prevención principal contra el exceso de colesterol es una alimentación de origen vegetal en la que el yogur también puede jugar un papel importante, ya que las bacterias lácteas tienen la capacidad de bajar el colesterol de la sangre. Todos los lactobacilos poseen esta capacidad, pero sobre todo el del yogur. El funcionamiento es el siguiente: el colesterol que sobra al organismo se vierte a través de la bilis en el sistema digestivo; en muchas ocasiones este colesterol es reabsorbido por la mucosa intestinal y vuelve a la sangre (se deposita en las paredes de las arterias). Si este colesterol sobrante es "digerido" por las bacterias intestinales, ya no se reabsorbe y se evita, en cierto modo, que los niveles de colesterol se eleven por encima de lo normal.

El tipo de ácido láctico del yogur es decisivo para que este tenga sus mejores virtudes salutíferas. Según el ácido láctico desvíe la luz polarizada hacia la derecha, la izquierda o no la desvíe, se habla respectivamente de ácido láctico positivo, negativo o neutro. De los tres, solo el positivo (L +) es biológicamente activo y útil, mientras que los otros dos (DL y D-) en el mejor de los casos son inactivos. Curiosamente, es el negativo (D-) el que predomina en los yogures industriales que no son biológicos.

El yogur biológico

La diferencia más importante entre un yogur ecológico y otro convencional viene dada por lo siguiente: l En los yogures ecológicos, las vacas solo pueden comer pastos y cereales que no hayan sido tratados con plaguicidas, ni fertilizantes químicos; así como utilizar solo leche pasteurizada y fermentos lácticos de dos cepas: el y el ; en los convencionales está permitido el uso de leche homogeneizada, leche en polvo y caseinatos. El envase del yogur biológico ha de ser de vidrio, mientras que el convencional suele envasarse en

plástico, material del cual pueden migrar sustancias al alimento.

Granjas de yogur ecológico

Actualmente hay en España cuatro fabricantes de yogur ecológico. Uno de ellos es el de la marca **ELAFOS**, cuya granja de 11 vacas está en Can Garriga, en Moiá de Montcal (Girona), teléfono 976635381, que se venden en Zaragoza, Barcelona y recientemente en Madrid. La agricultura y la ganadería que practican es la biodinámica, inspiradas en las teorías del austríaco Rudolf Steiner. La leche la transforman en yogur en un pueblo cercano en una industria donde también elaboran yogures convencionales.

MAS CLAPEROL es otro de los que elaboran yogur ecológico en una granja situada en Sant Feliu de Pallerols (Girona) teléfono: 972 444 377 en la que poseen 28 vacas distribuyendo el producto en las tiendas de los alrededores y en Barcelona. Practican también la agricultura biodinámica y pretender agrupar a los pequeños agricultores y artesanos de la zona para promocionar sus productos.

RIO PRADILLO es otra marca de yogur ecológico cuya granja está situada en la sierra madrileña de Guadarrama, en el pueblo de Camorritos, teléfono 918520567, en la que tienen 22 vacas pardas alpinas, adaptadas al clima de alta montaña, distribuyendo sus yogures en la Comunidad de Madrid. Alrededor de éstas actividades agrícolas y ganaderas, ha surgido la asociación bilógico-dinámica San Yago, que busca desarrollar una labor social de divulgación de la ecología y la agricultura biodinámica, organizando para ello en una de las salas de la granja cursos y talleres. Además de potenciar las actividades de agroturismo, quieren generar un grupo social interesado en consumir regularmente los productos lácteos, las hortalizas, los huevos y el pan de la granja.

EL CANTERO DE LETUR por último, tiene su granja de 45 vacas situada en el pueblo de Letur (Albacete), en la Sierra del Segura y los principios filosóficos de sus fundadores hay que situarlos en las ideas del movimiento pacifista del Arca de Lanza del Vasto, discípulo del Mahatma Gandhi. Elaboran yogur y queso de vaca y de cabra, y además de distribuirlos en las agrupaciones de consumidores de productos biológicos y en herbolarios de toda España, son los primeros en hacerlos llegar a las grandes superficies, como Eroski, El Corte Inglés y Alcampo. Su intención es no ceñirse solo a los iniciados, sino popularizar su consumo y que mucha gente pueda conocer las grandes cualidades de los productos ecológicos. Además, para que los pequeños comercios puedan competir con los grandes almacenes, no les dan a estos tratos de favor ni en cuanto a precios, ni en cuanto a entregas, e incluso han bajado los precios de las pequeñas tiendas a fin de que puedan ser competitivas. Con este sistema, han conseguido crear 10 empleos directos con contrato indefinido y seguridad social y 4 empleos indirectos, como los agricultores del pueblo que producen cereal, leguminosa y alfalfa para la vaquería, avanzando de esta manera en la extensión de la ecología en todas sus formas en el pueblo de Letur. Su teléfono es 967 426 066. ■

FICHA DE INSCRIPCIÓN

El mantenimiento de la red, muy especialmente la edición y envío del boletín, implican una serie de gastos que deberemos cubrir entre tod@s. En un principio hemos pensado en una contribución de 1.000 ptas. anuales en concepto de cuota-inscripción.

El ingreso deberéis efectuarlo en la siguiente cuenta corriente: CAJA MADRID. Cuenta Nº 2038 1852 35 3000545823 (Pedro Tostado/Laura Marquis)

Yo, Nombre:.. Apellidos:..

Deseo formar parte de la red de BESOS, recibiendo los boletines informativos y demás documentación en la siguiente dirección:

C/Pza. y nº ....

Código Postal: .... Localidad: .... Provincia: ....

Teléfono: .... e-mail (si tienes): ....

Modalidad de comunicación: ☐ Correo ordinario ☐ Correo electrónico

Deseo programa informático para cumplimentar la plantilla: ☐ SÍ ☐ NO Fecha: ....

Firma:

Una vez cumplimentada, envíanos esta ficha, junto al resguardo bancario, a la siguiente dirección o fax:

Red de Balances de Economía Solidaria (Comisión de Consumo de Ecologistas en Acción)

C/Marqués de Leganés, 12, 28004 Madrid Nº de fax: 91 531 26 11